

COMMUNICATION ENVIRONNEMENTALE ET ACTION

Enjeux théoriques et pratiques

Françoise Bernard¹

L'auteure propose un exercice de réflexivité portant sur une dizaine d'années de travaux consacrés à la communication engageante et instituante environnementale.

Elle met en perspective l'originalité de ces travaux consacrés à la relation entre communication et action en soulignant leur portée heuristique.

En France, l'environnement est entré en communication depuis une vingtaine d'années comme certaines publications en témoignent². En vingt ans, les publications de toutes natures, sur supports papier et numérique, se sont multipliées de manière exponentielle. Des initiatives éditoriales proposent d'organiser la prolifération des informations et des réflexions en soumettant des synthèses³, des référencements, etc.

1 Françoise Bernard est professeure à l'université d'Aix-Marseille (IRSIC EA 4262).

2 Cf. Libaert, (1992) ; Vigneron & Francisco, (1996).

3 Par exemple, en ce qui concerne la presse, *Le Monde Diplomatique* a édité en 2008 *L'atlas de l'environnement* (104 pages). En ce qui concerne la littérature scientifique, les revues, les bases et les éditeurs scientifiques, les catalogues de bibliothèque sont répertoriés sur Internet (par exemple : <http://termecologie.free.fr/Litteraturesc.htm> ;

Les organisations ont également pris des initiatives et mis au point des notions et des cadres de référence pour prendre en compte la question environnementale, par exemple avec les notions de Développement Durable (DD)¹ ou encore de la RSE (Bernard, 2009b). Ces initiatives sont traduites dans les catégories de la communication professionnelle : en communication commerciale et en communication institutionnelle. Par exemple, les industries automobiles ou celles de la pétrochimie communiquent avec leurs clients et leurs partenaires en mettant en exergue des arguments environnementaux². La cause environnementale suscite des initiatives d'envergure et fortement médiatisées de la part des pouvoirs publics³.

Dans le monde académique, les équipes de recherche ne sont pas en reste. Plus précisément, et en ce qui concerne le champ des Sciences de l'Information et de la Communication (SIC), on peut désormais faire un point d'étapes et catégoriser les travaux et publications selon deux approches.

Une première approche qui relève plutôt d'une orientation sémiotique est centrée sur la relation entre communication et significations. Le présupposé central est, dans cette première approche, de lier la question du sens à celles du langage et du texte. La production, la réception et la circulation de discours et récits consacrés à l'environnement et au DD⁴ émanant des pouvoirs publics, des entreprises, des experts, des militants, des associations et impliquant les médias et nouveaux médias (Internet) constituent autant d'objets d'études. Une deuxième approche est, quant à elle, centrée sur la relation entre communication et action et rassemble les travaux conduits en communication engageante et instituante. Dans cette deuxième approche, le présupposé est différent, il s'agit d'étudier comment la question du sens émerge aussi de l'action prise dans les relations sociales. Les travaux de recherche financés auxquels nous avons participé ou que nous avons dirigés, depuis une

<http://www.ineris.fr/ressources/recherche/> ; <http://vertigo.revues.org/>).

1 Pour une synthèse analytique, cf. Libaert (2010) ; cf. aussi les productions du « Réseau International de recherche sur les organisations et le Développement Durable » : www.riodd.net/ et enfin Bourg & Rayssac (2006).

2 Cf. pour le groupe Renault : « un transport moderne et durable », « le monde Renault éco2 » : www.renault.fr/decouvrez-renault/environnement/ ; pour le groupe Total : « respecter l'environnement » : www.total.com/fr/nos-enjeux/respecter-environnement-200783.html.

3 <http://www.legrenelle-environnement.fr/>.

4 Cf. notamment Jalenques (2007).

dizaine d'années, et qui nourrissent notre réflexion sont fondateurs de cette deuxième approche. La communication engageante et instituante étudie comment l'action est d'une part source de cognitions et de relations pour des sujets qui sont toujours des sujets sociaux et, d'autre part, comment elle participe à l'institutionnalisation de nouvelles valeurs et significations.

Généralement, les recherches en sciences sociales consacrées à l'environnement conduisent à croiser questions scientifiques et questions sociétales, c'est le cas pour les recherches en information et communication. Les projets de recherche que nous avons menés sont caractérisés par la rencontre, d'une part, entre des questions théoriques et des questions pratiques et, d'autre part, entre des organisations, des savoirs et des acteurs hétérogènes.

Pris dans leur ensemble, et parce qu'ils posent une question de recherche forte –à savoir la théorisation de la relation entre communication et action–, ces projets constituent un programme de recherche¹ (Bernard 2010a). Un exercice de réflexivité concernant cette production de dix années est désormais possible. Nous en rendons compte en deux étapes, l'une portant sur l'heuristique de l'action et de l'engagement, l'autre sur une mise en perspective de l'épaisseur empirique des travaux, de certains résultats et de nouvelles questions de recherche qui émergent.

Positionnement d'un programme de recherche centré sur l'heuristique de l'action et de l'engagement

Si la question des significations est pertinente pour nos travaux, elle est complétée par une autre question encore plus vive : quelles sont les relations entre la communication environnementale et l'action ? Et plus précisément : quels sont les processus communicationnels qui accompagnent un changement de cours d'action, comment théoriser ces processus ?

A cette question centrale est évidemment associé un ensemble d'autres questions. Parmi celles-ci, nous nous demandons quels sont les cadres organisationnels de l'action et plus précisément quelles sont les

1 Programme de recherche dans l'acception qu'en donne Imre Lakatos (1978), c'est-à-dire notamment porteur d'une heuristique positive et négative.

dynamiques organisationnelles et communicationnelles mises en œuvre par les acteurs dès lors qu'ils visent un changement en actes ?

Les sciences sociales, à commencer par la sociologie, se penchent sur la question de l'action. Il apparaît, si l'on porte un regard surplombant sur les travaux en sociologie, qu'actuellement un consensus semble être établi autour de l'idée que les logiques de l'action sont plurielles. Les logiques de la rationalité, de la rationalité limitée, de l'engagement par les valeurs et les idées, de la reproduction ont fait l'objet d'études et de travaux canoniques en sociologie¹ qui montrent les apports et les limites de ces logiques. Celles-ci peuvent, par ailleurs, être saisies à partir d'échelles d'observation et d'analyse différentes.

Dans un tel contexte, une sociologie de l'environnement s'est constituée (Kalaora, 1993 ; Vaillancourt, 1996). Certains de ces travaux soulignent également que, pour les chercheurs impliqués dans les études environnementales, l'extériorité du chercheur est impossible (Villalba, 2008). La question du statut épistémologique de la distance est donc particulièrement importante et nécessite une explicitation. Par exemple, dans les travaux que nous conduisons en SIC, nous revendiquons, quant à nous, la posture d'un chercheur engagé. Cette posture a pour avantage de montrer aussi que la question de l'action – qui ne peut être dans aucun cas purement « technique » ou « stratégique » – peut difficilement être dissociée de la question du politique, du pouvoir et donc du projet de société. Autrement dit, la démarche épistémique et méthodologique de la recherche qui tend à objectiver est compatible avec une démarche de « savoir engagé » (Bourdieu, 2001), et cela sans faire pour autant de concession théorique, tout particulièrement en sciences sociales.

Par ailleurs, dans le cadre des recherches-actions que nous conduisons (Bernard, 2008b), aux côtés de partenaires associatifs par exemple, nous notons la présence de spécialistes, également porte-paroles, de telle ou telle question environnementale² sur le terrain. Ces spécialistes³ sont en capacité d'exprimer un point de vue fort, nourri d'une expérience approfondie, par exemple concernant la question de l'ali-

1 Notamment : Becker (2009), Bourdieu (1996), Dubet (1994), Touraine (1984), Weber (1922).

2 Par exemple : la défense de la flore et de la faune avec le WWF (www.wwf.fr) ; l'éducation à l'environnement avec le REEDD Graine (www.grainepaca.org), etc.

3 Si nous hésitons à qualifier « d'intellectuels spécifiques » (Foucault 2001, 109) certains de ces spécialistes, nous pouvons cependant souligner le rôle qu'ils jouent dans la construction d'un savoir impliquant une expérience de terrain.

mentation biologique des enfants dans les cantines scolaires, celle de la destruction des espèces animales (WWF), etc.

Sur le terrain, et en ce qui concerne l'action et le changement, d'un côté, des Pouvoirs publics, des Associations, des ONG et des entreprises se posent, sans pour autant conduire une réflexion coordonnée à ce propos, les questions suivantes :

- comment penser et conduire un changement qui se traduise par des actes ?
- comment passer des bonnes idées aux bonnes pratiques ?
- comment être crédible en matière d'environnement et de DD ?

D'un autre côté, des équipes de recherche et des chercheurs SIC qui sont spécialisés en communication de changements et reconfigurations organisationnelles se posent les questions du transfert et de l'élargissement du socle de leurs travaux. Ces chercheurs, en venant à la rencontre des acteurs non chercheurs, opèrent un triple élargissement. Cet élargissement concerne, premièrement, le cadre théorique, deuxièmement les problématisations et troisièmement l'application à des organisations hétérogènes.

En ce qui concerne le cadre théorique de l'action, nous n'avons pas trouvé, dans le champ de la sociologie, ni de la socio-sémiotique, la perspective qui correspond à l'orientation de nos travaux, dans le sens où notre projet est d'étudier une situation de communication spécifique, celle où s'ouvre un cours d'action, jusque-là inédit, avec les effets que cela peut produire. Notre projet de recherche est l'étude de ce temps de cristallisation particulier où un acteur individuel et collectif –en relation avec d'autres acteurs– agit différemment de ce qu'il a fait jusqu'à présent. Pour avancer théoriquement et pratiquement, nous nous sommes orientés vers la psychologie sociale¹. Celle-ci propose d'articuler la question de l'acte individuel relié à la question des attitudes et des représentations sociales, notamment parce que cette discipline permet « de faire le pont entre les disciplines de la

1 « *La psychologie sociale est le domaine d'études scientifiques qui analyse la façon par laquelle nos pensées, sentiments et comportements sont influencés par la présence imaginaire, implicite ou explicite des autres, par leurs caractéristiques et par les divers stimuli sociaux qui nous entourent, et qui de plus examine comment nos propres composantes psychologiques personnelles influent sur notre comportement social* » (Vallerand, 1994, p.12) ; « *elle permet de faire le pont entre les disciplines de la psychologie et de la sociologie* » (Vallerand, 1994, p.14). Des chercheurs en psychologie sociale ont fondé un courant de psychologie sociale de l'environnement (Weiss & Marchand, 2006).

psychologie et de la sociologie » (Vallerand, 1994, p. 14). La perspective générale de nos travaux est celle d'une interdisciplinarité, entre SIC et Psychologie sociale¹, étonnamment peu travaillée en France². Dans une telle perspective interdisciplinaire, nous avons privilégié les travaux relevant de la théorie de l'engagement, initiés par Kurt Lewin aux Etats-Unis (1951), approfondis par Kiesler (1971) et développés en France par Joule & Beauvois (1998, 2002). Cette théorie permet de dépasser un point aveugle ou encore d'ouvrir une boîte noire : qu'est-ce qui fait passage entre deux cours d'action, tout particulièrement lorsque ce passage nécessite des changements d'habitudes, de routines, mais aussi de cadres de référence et donc en appelle à des processus de changements psycho-socio-cognitifs. La théorie de l'engagement montre, notamment, que ce qui fait passage se construit en étayage à partir d'un acte préparatoire³, celui-ci s'inscrit dans une situation de communication marquée par un caractère public. Autrement dit, certaines caractéristiques de l'acte préparatoire ont une dimension communicationnelle. C'est à partir du caractère public de l'acte préparatoire que les chercheurs en SIC ont ensuite problématisé la dynamique instituante de la communication engageante. En résumant, on peut considérer que la communication engageante et instituante permet de penser l'ouverture d'un cours d'action (Joule, 2000 ; Bernard, 2006) mais aussi l'ouver-

1 Les travaux interdisciplinaires entre SIC et psychologie sociale sont principalement conduits en France à l'IRSIC (cf., notamment : Bernard, 2006 ; Courbet, 2010) ; il convient également de mentionner les travaux de Pascal Marchand au LERASS (Marchand, 2004) et de Marie-Pierre Fourquet-Courbet (2010) au Centre Norbert Elias.

2 En réalité, la compréhension de ce qui peut étonner en première approche, le peu de relations construites entre SIC et psychologie sociale en France, relève d'une analyse qui croise enjeux scientifiques et enjeux institutionnels dans la construction d'une discipline, en l'occurrence celle des SIC, cf. Boure (2002). On note cependant un numéro thématique de la revue *Hermès* coordonné par Pascal Durand et Marc Lits (2005), n° 41, « Psychologie sociale et communication » qui représente un premier pas, timide à bien des égards, pour une réflexion portant sur une interdisciplinarité entre ces deux champs.

3 L'acte préparatoire est un petit acte, proposé dans certaines conditions : liberté, caractère public, coût (en termes de temps, de symbolique...), etc. qui permet d'ouvrir un cours d'action (cf. Joule & Beauvois, 2002). Ces deux auteurs soulignent que l'engagement est produit par des conditions engageantes qu'ils objectivent et qui ne dépendent pas des caractéristiques psychologiques, personnelles, des individus concernés.

ture d'un cours de publicisation et d'institutionnalisation enraciné dans l'action (Bernard, 2008a, 2008b).

La communication engageante et instituante conçue et développée dans une collaboration entre SIC et Psychologie sociale depuis 2000 (Joule, 2000) propose à la fois un cadre théorique, méthodologique¹ et empirique. Elle est appliquée dans des projets de recherche financés, souvent des recherches-actions (RA) (Bernard, 2008b), concernant le domaine de la communication d'action et d'utilité sociétales (santé, environnement, éducation, etc.). Ces RA peuvent être conduites et opérationnalisées parce qu'il y a mise en réseau d'organisations qui s'engagent et coopèrent (associations, ONG, Laboratoires de recherche, collectivités locales et territoriales, entreprises). Les modalités, les pratiques et les effets de cette mise en réseau sont aussi des objets d'études pour les chercheurs en SIC.

Épaisseur empirique, résultats et questions de recherche

Le cadre théorique et méthodologique de la communication engageante donne lieu à des applications importantes et significatives dans le domaine de l'environnement. Certains de ces projets, portant sur l'Ecoresponsabilité en actes, concernent des Collectivités locales, par exemple, comment amener une population à économiser l'énergie, dans une ville moyenne du sud-est de la France ; 500 personnes se sont engagées sur la place de l'Hôtel de Ville lors d'une journée organisée en faveur des économies d'énergie (Joule & Bernard, 2004). D'autres projets concernent des administrations, par exemple la DREAL qui souhaite agir et communiquer conformément à une administration qui ambitionne d'être éco-exemplaire². Ces projets sont conduits en milieu naturel (vs laboratoire), ce qui leur confère une épaisseur empirique particulièrement importante ; objectifs, méthodes et résultats sont présentés et développés dans les rapports scientifiques et les publications

1 La méthodologie croise approche expérimentale (cf. Bernard, Halimi, Courbet, 2010), approche compréhensive (par exemple comprendre la « culture plage » : Bernard, 2008c) et approche participative (bénévolat et initiatives citoyennes).

2 Projet Ecores, DREAL - Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement PACA- destiné à engager les agents dans des actes écoresponsables sur leurs lieux de travail.

associées. Par exemple, dans le projet « Ma plage, moi je la respecte » (Bernard, 2008c), 5000 sujets, en l'occurrence des baigneurs, ont été enquêtés et engagés à l'écoresponsabilité sur les plages de Marseille (projets lauréats : Conseil de Région PACA- ADEME). Pendant deux étés, ambassadeurs des plages et chercheurs se sont associés pour communiquer sur la préservation du littoral méditerranéen, pour inviter les baigneurs à prendre en charge leurs déchets sur les plages et réduire leurs déchets à la source. Dans le projet « Ecogestes en Méditerranée » (Joule & Halimi, 2008), 13.916 usagers de la mer et 5.504 embarcations ont été concernés par la campagne Ecogestes. Ce projet vise à amener les plaisanciers à ne plus jeter l'ancre dans les herbiers de posidonie et à adopter des comportements écocitoyens en ne rejetant plus de déchets ou de produits toxiques en mer, en utilisant des produits à écolabels sur leurs embarcations. Ces deux projets emblématiques, conduits lors des étés 2006 et 2007, se poursuivent à l'initiative des associations qui avaient été impliquées dans leur conception et leur organisation. Dans un autre projet, plutôt centré sur l'écoconsommation et les économies d'énergie (Bernard, 2009b), 386 sujets ont été invités à participer à une expérimentation de site numérique engageant, dans une enseigne de la grande distribution. Il s'agissait d'engager les participants à pratiquer des économies d'énergie et à acheter des ampoules à économie d'énergie (AEE). Tous ces projets croisent deux enjeux, d'abord conduire des expérimentations à grande échelle en appliquant le cadre théorique et méthodologique de la communication engageante pour les chercheurs, ensuite mener des projets conduisant à des changements de pratiques avec des résultats mesurables¹ pour les autres partenaires impliqués (pouvoirs publics, associations, institutions, entreprises, etc.).

La communication environnementale, comme l'a montré Thierry Libaert (2010), pour certaines organisations, des entreprises en particulier, présente les limites de toute approche essentiellement discursive inscrite dans le paradigme d'une certaine communication professionnelle pensée selon les modèles de la publicité et des *public relations*. Il n'en va pas de même dans les projets que nous conduisons. En effet, le présupposé initial et le cadre théorique étant différents, la démarche et les résultats sont tout autres. Afin de marquer la rupture avec un certain

1 Selon la méthode expérimentale, des conditions différentes sont créées : certains groupes sont engagés, d'autres non, les résultats –portant sur les attitudes (représentations, etc.) et les actes– sont mesurés et comparés entre conditions (pour un exposé plus complet cf. Bernard, Halimi-Falkowicz & Courbet 2010).

modèle de la communication et avec un présupposé encore dominant¹, nous avons aussi requalifié le domaine de nos études en l'intitulant « communication d'action et d'utilité sociétales » (Bernard, 2008b).

Les différences, avec le modèle de la communication publicitaire ou persuasive, se jouent à deux niveaux majeurs. Premièrement, pour un changement en actes, le présupposé initial est le suivant : le primat de l'action² est préférable au primat de la rhétorique. Deuxièmement, les sujets s'approprient d'autant mieux les significations, les valeurs et les connaissances associées aux actions, que celles-ci sont précédées par un acte préparatoire. Ce point constitue un des résultats majeurs de nos travaux qui confirment un ensemble d'autres résultats en communication engageante. Par exemple, dans le cadre du projet financé par l'Agence Nationale de la Recherche (ANR), la recherche consacrée à l'écoconsommation et aux économies d'énergie (achat et installation à domicile des AEE) a montré que les sujets engagés sur Internet mémorisent davantage les arguments, ont une meilleure attitude vis-à-vis des AEE et sont plus enclins à pratiquer le prosélytisme en faveur des AEE et des économies d'énergie³ que les sujets qui n'ont pas réalisé un acte préparatoire numérique. L'acte préparatoire prenait la forme de clics avec la souris d'ordinateur correspondant à des décisions de changement d'ampoules dans des pièces d'habitation sur l'écran. Troisièmement, la question des significations (production, circulation) est étudiée non pas de manière « immanentiste », dans l'acception du sens immanent du sens comme le propose la sémiotique, mais de manière psycho-socio-cognitive avec les notions de rationalisation en actes, d'identification de l'action (Wegner & Vallacher, 1984), de raisons internes et externes données à l'action, de normes et contre normes sociales, etc. Ces notions permettent de comprendre l'élaboration et la circulation des significations pour les individus dans des situations sociales où ils agissent et communiquent.

Ces travaux permettent d'étudier et de problématiser le continuum : action, significations, lien. L'action, et tout particulièrement

1 Le présupposé dominant est le suivant : en pesant sur les idées (attitudes, opinions, croyances) on pèse sur les actes ; la théorie de l'engagement et nos travaux reposent sur un présupposé différent : il est plus pertinent de peser sur les actes pour modifier un cours d'action et pour développer les significations et les valeurs qui l'accompagnent (cf. Bernard, Halimi, Courbet, 2010).

2 Cf. les limites de la communication argumentative et persuasive – dès lors que le changement en actes est recherché – (Bernard, 2006).

3 Cf. présentation des résultats in Bernard, Halimi-Falkowicz & Courbet (2010).

l'acte initial qualifié d'acte préparatoire, dans le cadre de la communication engageante, joue un rôle de « support » dans l'acception qu'en donne Martuccelli (2002), à savoir : « les supports sont à la fois des réseaux et des dépendances » (p. 81), « des procédures par lesquelles il /l'individu/ parvient à faire face au monde » (p. 77). L'action peut être définie comme un support, un appui permettant d'articuler, dans une zone frontière, ce qui tient l'individu de l'intérieur et de l'extérieur¹. Plus spécifiquement, l'individu s'inscrit dans un cours d'action en effectuant un premier acte -l'acte préparatoire- une heuristique de l'action se met en place qui, notamment, le confirme à ses propres yeux comme aux yeux des autres comme étant un acteur. La posture d'acteur reconnu et valorisé socialement ouvre un champ de possibilités socio-cognitives : désir de savoir, désir de faire partager, désir d'agir, etc.

Ces travaux ont conduit à élargir le socle théorique initial de la communication engageante en prenant en compte la potentialité instituante d'un cours d'action dès lors que celui-ci revêt un caractère public. En effet, dans les RA qui ont été conduites, une dynamique de publicisation et d'institutionnalisation est à l'oeuvre. Elle se déploie et s'amplifie à partir du caractère public de l'acte préparatoire. Au niveau des individus, ceux-ci, lorsqu'ils ont réalisé un acte préparatoire, ont tendance à pratiquer le prosélytisme et à prendre des initiatives pour mieux connaître les problèmes environnementaux et pour poursuivre leur action dans la continuité de l'acte préparatoire. Au niveau collectif, les organisations qui sont engagées pour faire vivre ces projets, ont tendance à prendre des initiatives de publicisation : production d'objets de communication divers, initiatives prises dans la presse et les médias, on note aussi l'intérêt des médias pour les projets menés (reportages et articles de presse).

Nous théorisons cette dynamique publicisante et instituante ancrée dans l'action en faisant référence aux travaux de Cornelius Castoriadis (1979) pour l'analyse institutionnelle et à ceux de Pierre Bourdieu (2000) pour l'analyse des pratiques. Les questions théoriques fortes que nous posons sont les suivantes : qu'est-ce qui se désinstitutionne et s'institue dans ces dynamiques sociétales de communication engageante

1 Plus généralement, on peut aussi souligner l'intérêt qu'il y aurait à rapprocher les travaux de la psychologie sociale de ceux de la sociologie psychologique, telle que celle-ci émerge avec des auteurs, par ailleurs différents, tels que Danilo Martuccelli, Bernard Lahire, Jean-Paul Kaufmann.

environnementale, en quoi ces dynamiques ont à voir avec l'émergence d'un nouvel « imaginaire socio-historique » ? Autrement dit, la communication environnementale lorsqu'elle est associée à des actions relevant d'une démarche d'écoresponsabilité ne fonctionne pas comme un leurre ou une promesse non tenue mais bien comme une voie vers une connaissance praxéologique¹. Il s'agit bien en effet d'étudier en communication engageante et institutive : « /.../les mécanismes par lesquels s'établit la relation entre les structures et les pratiques/.../ » (Bourdieu, 2000, p. 237) en regardant comment cette relation peut désinstituer un ancien *pattern* et instituer de nouvelles pratiques associées à un désir de connaissances et de valeurs. Redéfinir la relation entre l'humain et la biosphère, c'est aussi redéfinir la relation entre humains et notamment, la place de l'autre et sa prise en compte. Les figures de l'autre sont multiples : l'autre des « parties prenantes » pour le DD, l'autre des pays du sud pour les pays du Nord, l'autre des victimes du réchauffement climatique pour ceux qui sont davantage protégés, etc.

Une autre question théorique émerge de ces travaux, elle concerne la tension et les conflits entre influence sociale et autonomie sociale. Seule une perspective dialogique peut éclairer le paradoxe apparent d'une influence sociale à l'oeuvre dans un dispositif de communication engageante – amener un individu à agir plutôt qu'à ne rien faire – influence couplée à un processus d'autonomisation des individus – ayant agi, l'individu va élargir le socle de son action et de son savoir à propos de l'action.

Ces questions sont au centre des projets de recherche qui se poursuivent dans le cadre du programme de recherche consacré à la communication engageante et institutive environnementale (Bernard, 2010).

1 Nous reprenons de Bourdieu (2000) la distinction entre trois modes de connaissance théorique : phénoménologique, objectiviste, praxéologique (234-235-236).

Références

- Aron, R. (1969, 1987). *Les désillusions du progrès. Essai sur la dialectique de la modernité*. Paris : Calmann-Lévy.
- Becker, H. (2009). *Comment parler de la société*. Paris : La Découverte.
- Bernard, F. (2006). Organiser la communication d'action et d'utilité sociétales. Le paradigme de la communication engageante. *Communication & Organisation*, GREC/O, Université Michel de Montaigne, 29, juin, 65-86.
- Bernard, F. (2008a). Questionner de nouveaux enjeux symboliques pour les organisations : la communication environnementale et la 'communication responsable'. *MEI*, 29, Paris : L'Harmattan, 27-38.
- Bernard, F. (2008b). La recherche-action dans les travaux consacrés à la communication d'action et d'utilité sociétales : le cas de la communication engageante et de l'environnement. Dans : Bouzon, A. & Meyer, V. (Eds.), *La Communication des Organisations : Entre Recherche Et Action*, Paris : L'Harmattan, 145-155.
- Bernard, F. (Ed.) (2008c). Rapport scientifique final : « Sensibilisation des baigneurs à l'environnement marin et à la propreté urbaine sur les plages de Marseille » - « Ma plage, moi je la respecte ! ». commanditaires : Conseil Régional PACA et ADEME, Marseille.
- Bernard, F. (2009a). Apports des recherches consacrées à la communication environnementale engageante pour penser les questions des « parties prenantes » et des « frontières organisationnelles ». *Actes en ligne du 4^e Colloque RIODD : La RSE : une nouvelle régulation du capitalisme*, <http://clerse.univ-lille1.fr/spip/spip.php?article391>
- Bernard, F. (Ed.). (2009b). *La communication engageante au service de l'écocitoyenneté. Rapport scientifique final*. ANR-05-[N|T|05|1|4|4|3|8|9].
- Bernard, F. (2010). Pratiques et problématiques de recherche ET communication environnementale : explorer de nouvelles perspectives. *Communication & Organisation*, 37, 92-105.
- Bernard, F., Halimi-Falkowicz, S. & Courbet, D. (2010). Expérimentation et communication environnementale : la communication engageante et instituyente. Dans : Courbet, D. (Ed.), *Communication et expérimentation*, Paris : Editions Hermès Lavoisier, 71-113.
- Bourdieu, P. (2001). Pour un savoir engagé. *Contre-feux 2*, Paris : Raisons d'agir, 33-40.
- Bourdieu, P. (2000). *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Paris : Seuil.
- Boure, R. (Ed.) (2002). *Les origines des SIC, regards croisés*. Lille : Presses Universitaires du Septentrion.
- Bourg, D. & Rayssac, G.-L. (2006). *Le développement durable. Maintenant ou jamais*. Paris : Découvertes-Gallimard.
- Carvalho, A. (2008). « Communicating Climate Change : Discourses, Mediations and Perceptions ». Disponible à : lasics.uminho.pt/ojs/index.php/climate_change/.
- Castoriadis, C. (1979). *L'institution imaginaire de la société*. Paris : Seuil.
- Courbet, D. (Ed.) (2010). *Communication et expérimentation*. Paris : Editions Hermès Lavoisier.
- De Cheveigné, S. et al. (2006). *L'environnement dans le JT : la construction médiatique et sa réception*. Rapport scientifique final Ademe - Afsset.

- Dubet, F. (1994). *Sociologie de l'expérience*. Paris : Seuil.
- Fourquet-Courbet, M.-P. (2010). *La communication médiatique : interactions humaines et sociales médiatisées*. Mémoire d'HDR, Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse, Centre Norbert Elias.
- Foucault, M. (2001). La fonction politique de l'intellectuel. Dans : *Dits et Ecrits*, 184, 1976, tome II, Paris : Gallimard, 109-114.
- Jalenques-Vigouroux, B. (2007). Quand les entreprises communiquent sur le développement durable : un choix libre ou contraint ? *Quaderni*, 64, 97-104.
- Joule, R.-V & Beauvois, J. L. (1998). *La soumission librement consentie*. Paris : PUF.
- Joule, R.-V. (2000). Pour une communication organisationnelle engageante. Vers un nouveau paradigme. *Sciences de la Société*, 50/51, 279-295.
- Joule, R.-V. & Beauvois, J. L. (2002). *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens* (nouvelle version). Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- Joule, R.-V. & Bernard, F. (2004). La communication engageante au service de l'éco-citoyenneté : une recherche-action dans le sud de la France. Dans : De Picolli, N. & Quaglino, G. P. (Eds.), *Psicologia sociale in dialogo. Scritti in onore di Piero Amerio*. Milano : Unicopli, 265-281.
- Joule, R.-V. & Halimi-Falkowicz, S. (2008). *Préservation de la méditerranée et du littoral : comment promouvoir de nouveaux comportements de la part des plaisanciers ?* Convention Agence Française de la Maîtrise de l'Energie/Université de Provence, n° 06.40.C0221. Rapport final.
- Kalaora, B. (1993). Le sociologue et l'environnement : la longue marche vers la science pragmatique : arpenteur du social ou conseiller du Prince ? *Natures, Sciences, Sociétés*, 4, 309-315.
- Kiesler, C.A. (1971). *The Psychology of Commitment*. New York : Academic Press.
- Lakatos, I. (1978). *The Methodology of Scientific Research Programmes: Philosophical Papers Volume 1*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Lewin, K. (1951). *Field Theory and Social Science*. New York : Harper.
- Libaert, T. (1992). *La communication verte*. Paris : Ed. Liaisons.
- Libaert, T. (2010). *Communication et environnement, le pacte impossible*. Paris : PUF.
- Marchand, P. (2004). *Psychologie sociale des médias et de la communication*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes.
- Martuccelli, D. (2002). *Grammaires de l'individu*. Paris : Gallimard.
- Nedjar, A. (2000). *Le thème de l'environnement dans les médias généralistes : l'analyse des cadres discursifs*. ENS Lyon, thèse soutenue le 22 décembre.
- Orfali, B. (2005). La psychologie sociale, passage obligé dans les études de communication (Introduction). *Hermès*, 41, 101-102.
- Touraine, A. (1984). *Le retour de l'acteur*. Paris : Fayard.
- Villalba, B. (2008). L'impossible extériorité du chercheur face à la crise écologique. Dans : Galochet, M., Longuépée, J., Morel, V. & Petit, O. (Eds.), *L'environnement : discours et pratiques interdisciplinaires*. Artois Presses Université, 115-136.
- Vaillancourt, J.-G. (1996). Sociologie de l'environnement : de l'écologie humaine à l'écologie sociale. Dans : Tessier, R. et Vaillancourt, J. G. (Eds.), *La recherche sociale en environnement : nouveaux paradigmes*. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal, 19-47.
- Vigneron, J. & Francisco, L. (1996). *La communication environnementale*. Paris : Economica.
- Weber, M. (1922, 2003). *Économie et société*. Paris : Pocket.

- Wegner, D.-M., & Vallacher, R.-R. (1984). The emergence of action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 269-279.
- Weiss, K. & Marchand, D. (2006). *Psychologie sociale de l'environnement*. Rennes : PUR.